

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี

Factors Affecting Tourists' Decision to Koh Sichang Chon Buri Province

รัตตินาท พธ์ทอง / Rattinat Pothong

คณะเศรษฐศาสตร์ ศรีราชา มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตศรีราชา

Email: rattinatwpy52@hotmail.com

ศรีอร สมบูรณ์กรรพย์ / Sri-on Somboonsup

คณะเศรษฐศาสตร์ ศรีราชา มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตศรีราชา

Email: feconsos@ku.ac.th

พัฒน์ พัฒนวงศ์ / Pat Paltanarangsun

คณะเศรษฐศาสตร์ ศรีราชา มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตศรีราชา

Email: feconpp@src.ku.ac.th

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพทั่วไปของการท่องเที่ยว พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว บังจัยส่วนประสมทางการตลาด และปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี โดยข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา เป็นข้อมูลปฐมภูมิและทุติยภูมิ รวบรวมข้อมูลปฐมภูมิจากแบบสอบถามจำนวน 400 ตัวอย่าง โดยทำการวิเคราะห์ด้วยแบบจำลองโลจิต ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยว เกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี ได้แก่ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน รูปแบบการท่องเที่ยว ลักษณะกิจกรรมที่ทำระหว่างท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว รวมถึงปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านสถานที่จัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านภาษาภาพ และด้านบุคคล

คำสำคัญ: เกาะสีชัง, นักท่องเที่ยว, พฤติกรรมนักท่องเที่ยว, ส่วนประสมการตลาด

Abstract

The purpose of this study was to investigate the factors influencing the decision of tourists to Koh Sichang Chon Buri Province. The data used in the study are primary and secondary data. Collecting data from questionnaire 400 samples were used by accidental sampling and analysed by Logit model. At the statistical significance level of 0.05, the results showed that factor affecting tourists' decision to Koh Sichang Chon Buri Province is the occupation and average income per month. Travel form, Characteristics of activities performed during travel and Travel expense including marketing mix factors. Product, Place, Promotion, Physical and People.

Keywords: Koh Sichang, Tourists, Tourists Behavior, Marketing Mix

บทนำ

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทยมีการพัฒนาและเติบโตอย่างต่อเนื่องเห็นได้จากการเพิ่มขึ้นของจำนวนนักท่องเที่ยว และรายได้จากการท่องเที่ยว (ที่มา: กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา) ดังนั้นเพื่อรักษาความสามารถ

การประชุมวิชาการบัณฑิตศึกษาระดับชาติ ครั้งที่ 14

วันที่ 4-5 กรกฎาคม 2562 ณ มหาวิทยาลัยศรีปatum กรุงเทพมหานคร

ในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยว จึงมีการกำหนดแนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวให้เป็นไปตามแผนยุทธศาสตร์ นั้นก็คือโครงการพัฒนาพื้นที่ระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก (Eastern Economic Corridor : EEC) หนึ่งในจังหวัดที่เป็นเป้าหมายสำคัญคือ จังหวัดชลบุรี เนื่องจากเป็นเมืองท่าที่สำคัญทางเศรษฐกิจทั้งด้านพาณิชยกรรมและอุตสาหกรรม ด้วยเหตุที่ว่าจังหวัดชลบุรีมีแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมหลากหลายทั้งด้านธรรมชาติ และประวัติศาสตร์ ด้วยเสริมให้จังหวัดชลบุรีน่าเดินดูในทุกมิติ หนึ่งในแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญคือ ชายหาด และจังหวัดชลบุรีมีพื้นที่ดินทะเลเป็นส่วนใหญ่ โดยมีแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวเป็นอันดับต้นๆ คือ เกาะล้าน และหมู่เกาะที่เริ่มน้ำตื้นท่องเที่ยวเข้ามามากขึ้น ได้แก่ เกาะแสมสาร เกาะนาม และเกาะไฟ ที่อยู่ภายใต้การดูแลของกองทัพเรือไทย ซึ่งไม่อนุญาตให้นักท่องเที่ยวพักค้างแรมบนเกาะได้ เพราะต้องการคงความงามของทรัพยากรธรรมชาติให้ดูสะอาดดอยู่เสมอ และยังมีอีกหนึ่งหมู่เกาะที่มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สวยงาม มีชุมชนชาวไทยอาศัยอยู่ นั้นก็คืออำเภอเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี ที่แต่เดิมเกาะสีชังถูกใช้เป็นส่วนหนึ่งของเส้นทางเดินเรือในอดีต มีการขนถ่ายสินค้าบริเวณรอบหมู่เกาะ จึงทำให้ทรัพยากรทางธรรมชาติที่สวยงามถูกมองข้ามไป ทั้งที่ในอดีตเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความสำคัญทางประวัติศาสตร์ เนื่องจากเคยเป็นสถานที่เดิมจุดประเพาสและเป็นที่ประทับของพระเจ้าแผ่นดินถึง 3 พระองค์ คือ รัชกาลที่ 4 รัชกาลที่ 5 และรัชกาลที่ 6 ถือได้ว่าเป็นเพียงเกาะเดียวในประเทศไทยที่มีพระราชวังหรือเขตพระราชฐานตั้งอยู่

เกาะสีชังมีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลายทั้งด้านประวัติศาสตร์ ด้านธรรมชาติ แม้ว่าในอดีตที่ผ่านมาจะยังไม่มีนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างจริงจัง แต่จำนวนนักท่องเที่ยวยังคงมีมากขึ้นในทุกๆ ปี (ที่มา: เศษบานดำลเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี) อย่างไรก็ตามการเพิ่มขึ้นของจำนวนนักท่องเที่ยวอยู่ในสังผลกระทบต่อการใช้ทรัพยากร ซึ่งแหล่งท่องเที่ยวส่วนใหญ่บนเกาะสีชังมีประวัติศาสตร์ที่ยาวนานทำให้สถานที่ท่องเที่ยวบางแห่งต้องมีการบูรณะและซ่อมแซมใหม่ หรือแม้แต่แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติก็เสื่อมโทรมลง ขาดการดูแลพื้นฟูดูแลอย่างจริงจัง จึงทำให้เสียโอกาสที่จะเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ และเสียโอกาสที่จะยืดวันพักผ่อนของนักท่องเที่ยวออกไปได้ อีกทั้งนักท่องเที่ยวต้องเดินทางไกลมาท่องเที่ยวและต้องจ่ายค่าเดินทางสูง ทำให้สถานที่ท่องเที่ยวขาดทุน ดังนั้นเพื่อผลักดันให้เกาะสีชังเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่ถูกพูดถึงมากขึ้นและไม่ให้ถูกหลีบหายไป จึงต้องพัฒนาให้มีศักยภาพทั้งด้านแหล่งท่องเที่ยวและภาระทางการเงินที่ต้องแบ่งกับแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ได้ จำกัดแหล่งท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวเท่านั้น จังหวัดชลบุรี จึงได้จัดตั้งคณะกรรมการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและสามารถปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวของเกาะสีชังให้มีความสอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว สร้างความต้องการของสถานที่ท่องเที่ยวให้น่าสนใจ และเพื่อพัฒนาเกาะสีชังให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยวอันดับต้นๆ ของประเทศไทย

วัตถุประสงค์

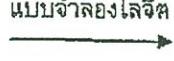
เพื่อศึกษาและวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี

กรอบแนวคิดการศึกษา

กรอบแนวคิดที่ใช้ในการศึกษานี้ เป็นกรอบแนวคิดเพื่อวิเคราะห์ทำความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคล พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว และปัจจัยส่วนประสมการตลาด และตัวแปรตาม คือความน่าจะเป็นในการตัดสินใจเดินทางกลับมาท่องเที่ยวเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี แสดงดังภาพที่ 1 และจากการทบทวนวรรณกรรมพบว่า ด้านปัจจัยส่วนบุคคล ด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว และด้านส่วนประสมการตลาดสอดคล้องกับกรอบแนวคิดของผู้ศึกษา ดังนั้นผู้ศึกษาจึงนำตัวแปรเหล่านี้มาทำการศึกษาแสดงดังตารางที่ 1

ตัวแปรอิสระ

ตัวแปรตาม

1. สักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว (เพศ, อายุ, สถานภาพสมรส, ระดับการศึกษา, อาชีพ และรายได้) 2. พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว (วัตถุประสงค์, สักษณะการเดินทาง, ระยะเวลาในการท่องเที่ยว, ค่าใช้จ่าย และกิจกรรมที่ทำระหว่างท่องเที่ยว) 3. ปัจจัยส่วนประสมการตลาด (ด้านผลิตภัณฑ์, ราคา, สถานที่จัดจำหน่าย, การส่งเสริมการขาย, ด้านภาษา, บุคคล และกระบวนการให้บริการ)	 แบบจำลองโลจิก	ความน่าจะเป็นในการ ตัดสินใจเดินทางกลับบ้าน ท่องเที่ยวเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี
---	---	---

ภาคที่ 1 ครอบแนวคิดในการศึกษา

ตารางที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว และปัจจัยส่วนประสมการตลาด จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัย (ปี)	ปัจจัยส่วนบุคคล	พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว	ส่วนประสมการตลาด
ศรัณย์ คำจินดา (2553)	✓	✓	
ยศวดี เชาวลิตรชั่รัง (2553)	✓	✓	✓
ณัฐกุล บุญประเวศ (2558)	✓	✓	✓
ธันยพร สุคนธสุโขติ (2560)	✓	✓	✓
นิษกานต์ สำราญวนิช (2561)	✓	✓	✓

วิธีการศึกษา

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา ประชากรที่ใช้ในการศึกษารังนี้ คือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี ระหว่างเดือน กุมภาพันธ์ – เมษายน 2562 ขนาดตัวอย่างในการศึกษาได้ทำการคำนวณขนาดตัวอย่างโดยกำหนดค่าความเชื่อมั่นของกลุ่มตัวอย่างให้มีค่าเท่ากับร้อยละ 95 ใช้การคำนวณตัวอย่างแบบไม่ทราบประชากรด้วยวิธีของ William G.Cochran ดังนี้

$$n = \frac{Z^2 \cdot (1-p)(p)}{e^2}$$

โดยกำหนดให้

- n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
 Z = ค่าที่ได้จากการแจกแจงปกติ = 1.96 ที่ระดับ $\alpha = 0.05$
 P = ค่าสัดส่วนของประชากรที่ผู้ศึกษาจะสูง = 0.5
 e = ค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิดขึ้นได้ = 0.05

แทนค่า

$$n = \frac{(1.96)^2 \cdot (1-0.5)(0.5)}{0.05^2}$$

$$n = 384.16$$

จากการคำนวณได้กลุ่มตัวอย่าง 384.16 ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 แต่เพื่อป้องกันความผิดพลาดและความไม่สมบูรณ์ของแบบสอบถาม ในการศึกษารังนี้จึงทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่าง

การประชุมวิชาการบันทึกศึกษาระดับชาติ ครั้งที่ 14

วันที่ 4-5 กรกฎาคม 2562 ณ มหาวิทยาลัยศรีปทุม กรุงเทพมหานคร

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา การศึกษาครั้งนี้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยแบ่งเป็น ข้อมูลส่วนบุคคล ข้อมูลพฤติกรรมการห้องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ความคิดเห็นต่อระดับความสำคัญของปัจจัยส่วน ประสมทางการตลาด และระดับความพึงพอใจต่อการเดินทางมาห้องเที่ยวภาคสีชัง จังหวัดชลบุรี

การเก็บรวบรวมข้อมูล ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) เป็นข้อมูลที่ผู้ ศึกษาเก็บรวบรวมข้อมูลจากการตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่าง และข้อมูลที่ดิจิทัล (Secondary data) นำมาใช้ในการศึกษาข้อมูลทั่วไปของภาคสีชัง สิ่งอ้างอิงและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิเคราะห์ข้อมูล ข้อมูลที่ได้จากกลุ่มตัวอย่างจะนำวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป และวิเคราะห์ด้วยค่าสถิติ ต่างๆ ได้แก่ ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และวิเคราะห์ แบบจำลองโลจิต (Logit Model) โดยเป็นแบบจำลองที่ใช้ในการวิเคราะห์ตัวแปรตามที่มีลักษณะข้อมูลเชิงคุณภาพ เมื่อ ต้องตัดสินใจเลือก ซึ่งมีค่าเป็น 1 หรือ 0 โดยเมื่อตัวแปรตามมีค่าเท่ากับ 1 หมายความว่า นักท่องเที่ยวตัดสินใจเดินทาง กลับมาห้องเที่ยวภาคสีชัง จังหวัดชลบุรี แต่หากตัวแปรตามมีค่าเท่ากับ 0 หมายความว่า นักท่องเที่ยวตัดสินใจไม่ กลับมาห้องเที่ยวภาคสีชัง จังหวัดชลบุรี ได้กำหนดสมมติฐานการศึกษา ดังนี้

H_0 คือ ปัจจัยด้านลักษณะส่วนบุคคล พฤติกรรมด้านการห้องเที่ยว ด้านส่วนประสมทางการตลาด ของนักท่องเที่ยว ไม่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางกลับมาห้องเที่ยวภาคสีชัง จังหวัดชลบุรี

H_1 คือ ปัจจัยด้านลักษณะส่วนบุคคล พฤติกรรมด้านการห้องเที่ยว ด้านส่วนประสมทางการตลาด ของนักท่องเที่ยว มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางกลับมาห้องเที่ยวภาคสีชัง จังหวัดชลบุรี

โดยกำหนดแบบจำลองโลจิตเพื่อใช้ในการศึกษา ดังนี้

$$\ln \left(\frac{\hat{P}}{1-\hat{P}} \right) = \beta_0 + \sum_i \beta_{1i} \text{Occi} + \sum_i \beta_{2i} \text{Inci} + \beta_3 \text{Foreign} + \beta_4 \text{Contrav3} \\ + \beta_5 \text{Contrav4} + \beta_6 \text{Reason1} + \beta_7 \text{Activi1} + \beta_8 \text{Activi2} \\ + \beta_9 \text{Activi3} + \beta_{10} \text{Dayg} + \beta_{11} \text{Source1} + \beta_{12} \text{Source5} \\ + \sum_i \beta_{13i} \text{Expengi} + \beta_{14} \text{Product} + \beta_{15} \text{Price} + \beta_{16} \text{Place} \\ + \beta_{17} \text{Promotion} + \beta_{18} \text{Physical} + \beta_{19} \text{People} + \beta_{20} \text{Process} + \varepsilon$$

ตารางที่ 2 ตัวแปรและคำอธิบายที่ใช้ในการศึกษา

ตัวแปร	คำอธิบาย	หมายเหตุ
Y	การตัดสินใจเดินทางมาห้องเที่ยวภาคสีชัง จังหวัดชลบุรี	0 = ไม่กลับมา 1 = กลับมา
P	Prob (Y=1) หมายถึง ค่าความน่าจะเป็นของการตัดสินใจ เดินทางกลับมาห้องเที่ยวภาคสีชัง จังหวัดชลบุรี	
Occ	อาชีพ เมื่อ $i = 0, 1, 2$	0 = รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ พนักงานเอกชน/ลูกจ้าง (BaseGroup) 1 = ธุรกิจส่วนตัว/อื่นๆ 2 = นักเรียน/นักศึกษา
Inci	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน เมื่อ $i = 0, 1, 2$	0 = 10,001 - 25,000 บาท (Base Group) 1 = 10,001 บาทหรือต่ำกว่า 2 = ตั้งแต่ 25,001 บาทขึ้นไป
Foreign	นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ	

Cotrv3	เดินทางมาท่องเที่ยว กับเพื่อน	
Cotrv4	เดินทางมาท่องเที่ยวคนเดียว	
Reason1	เหตุผลที่มาท่องเที่ยว เกาะสีชัง เพราะการเดินทางสะดวก	
Activi1	กิจกรรมที่ทำระหว่างท่องเที่ยว คือ เที่ยวชมธรรมชาติ	
Activi2	กิจกรรมที่ทำระหว่างท่องเที่ยว คือ เล่นน้ำทะเล	
Activi3	กิจกรรมที่ทำระหว่างท่องเที่ยว คือ ชมโบราณสถาน/โบราณวัตถุ	
Dayg	นักท่องเที่ยวพักค้างคืน	
Source1	ทราบข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวจากครอบครัว/ญาติ	
Source5	ทราบข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวจากสื่ออินเตอร์เน็ต	
Expeng	ค่าใช้จ่ายในการมาท่องเที่ยว เกาะสีชัง เมื่อ $i = 0, 1, 2$	$0 = 1,501-3,000$ บาท (Base Group) 1 = 1,501 บาทหรือต่ำกว่า 2 = ตั้งแต่ 3,001 บาทขึ้นไป
Product	ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์	1 (น้อยที่สุด) - 5 (มากที่สุด)
Price	ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา	1 (น้อยที่สุด) - 5 (มากที่สุด)
Place	ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านสถานที่จัดจำหน่าย	1 (น้อยที่สุด) - 5 (มากที่สุด)
Promotio	ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการขาย	1 (น้อยที่สุด) - 5 (มากที่สุด)
n		
Physical	ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านกายภาพ	1 (น้อยที่สุด) - 5 (มากที่สุด)
People	ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคคล	1 (น้อยที่สุด) - 5 (มากที่สุด)
Process	ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการให้บริการ	1 (น้อยที่สุด) - 5 (มากที่สุด)
ε	ค่าคลาดเคลื่อน (Error Term)	

ผลการศึกษา

ในการศึกษาลักษณะส่วนบุคคลพบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 20-29 ปี สถานภาพโสด การศึกษาปริญญาตรี หรือเทียบเท่า อารชีพพนักงานบริษัทเอกชน และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 15,001-20,000 บาท ด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวพบว่า ส่วนใหญ่เดินทางมาครั้งแรก เดินทางมาด้วยรถส่วนตัว ส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย เลือกเดินทางมาท่องเที่ยว 2 วัน 1 คืน มีค่าใช้จ่ายในการมาท่องเที่ยวอยู่ที่ ตั้งแต่ 3,001 บาทขึ้นไป วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาเพื่อท่องเที่ยวและพักผ่อน เดินทางมากับเพื่อน และเลือกมาเกาะสีชัง เพราะบรรยากาศดี ส่วนใหญ่ทำกิจกรรมเที่ยวชมธรรมชาติ และเลือกพักที่รีสอร์ฟ ราคาที่พักอยู่ที่ 1,001-1,500 บาท และมีการรับรู้แหล่งข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวจากสื่ออินเตอร์เน็ต ส่วนด้านความพึงพอใจต่อการมาท่องเที่ยว กลุ่มตัวอย่างมีระดับความพึงพอใจด้านราคา ด้านที่พัก ด้านการให้บริการ และภาพรวมการมาท่องเที่ยวในครั้งนี้ อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาในรายละเอียดของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด พบรากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ในเรื่องสถานที่สวยงามและเป็นธรรมชาติ ด้านราคาให้ความสำคัญกับเรื่องราคาอาหาร และเครื่องดื่มที่เหมาะสม ด้านซ่องทางการจัดจำหน่ายให้

ความสำคัญเรื่องความสะอาดในการเดินทางมาเที่ยวสีชัง ด้านการส่งเสริมการขายให้ความสำคัญเรื่องสถานที่พักควรจัดให้มีส่วนลดราคา ด้านลักษณะทางกายภาพให้ความสำคัญด้านทรัพยากรมีความอุดมสมบูรณ์มากที่สุด ด้านบุคลากรให้ความสำคัญกับด้านเจ้าหน้าที่หรือพนักงานมีอัธยาศัยดี มีความกระตือรือร้นพร้อมจะให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการให้ความสำคัญกับด้านความคล่องตัวในการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวหรือที่พักภายในเก้ามหากายน่ามากที่สุด

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์แบบจำลองโลจิต

ตัวแปร	(b)	(S.D.)	Z-stat	P-value	Marginal Effect
ค่าคงที่	-12.5997	3.5911	-3.51	0.000*	
อาชีพ					
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ/พนักงานเอกชน/ลูกจ้าง					(Base Group)
ครุภัณฑ์ส่วนตัว/อื่นๆ	-4.75646	1.2218	-3.89	0.000*	-0.3888
นักเรียน/นักศึกษา	-3.95213	1.3407	-2.95	0.003*	-0.1621
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน					
10,001 - 25,000 บาท					(Base Group)
10,001 บาทหรือต่ำกว่า	-4.57243	1.3765	-3.32	0.001*	-0.3619
ตั้งแต่ 25,001 บาทขึ้นไป	-1.56784	0.7995	-1.96	0.050*	-0.0232
นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ	-2.95056	1.174	-2.51	0.012*	-0.0315
เดินทางมาท่องเที่ยวกับเพื่อน	-0.98082	0.575	-1.71	0.088	-0.0104
เดินทางมาท่องเที่ยวคนเดียว	-9.4767	1.9141	-4.95	0.000*	-0.9813
เหตุผลที่มาท่องเที่ยว เพื่อการเดินทางสะอาด	2.267635	0.8042	2.82	0.005*	0.0248
กิจกรรมที่ทำระหว่างท่องเที่ยว คือ ชมธรรมชาติ	1.836109	0.9806	1.87	0.061	0.043
กิจกรรมที่ทำระหว่างท่องเที่ยว คือ เล่นน้ำทะเล	3.909548	0.8279	4.72	0.000*	0.0517
กิจกรรมที่ทำระหว่างท่องเที่ยว คือ					
ชมโบราณสถาน /โบราณวัตถุ	-1.61718	0.5626	-2.87	0.004*	-0.0234
นักท่องเที่ยวที่พักค้างคืน	-0.51584	1.8172	-0.28	0.777	-0.0057
ทราบข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวจากครอบครัว/ญาติ	-1.666626	1.0077	-1.65	0.098	-0.0331
ทราบข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวจากอินเตอร์เน็ต	-1.35833	0.6302	-2.16	0.031*	-0.0146
ค่าใช้จ่ายในการมาท่องเที่ยวเที่ยวเก้าสีชัง					
1,501 - 3,000 บาท					(Base Group)
1,500 บาทหรือต่ำกว่า	3.591204	0.9143	3.93	0.000*	0.0349
ตั้งแต่ 3,001 บาทขึ้นไป	-1.20443	0.935	-1.29	0.198	-0.0187
ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์	-3.54044	0.9032	-3.92	0.000*	-0.0377
ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา	-0.72054	0.4237	-1.7	0.089	-0.0077
ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านสถานที่จัด					
จำหน่าย	2.133638	0.7918	2.69	0.007*	0.0227
ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านส่งเสริมการขาย	3.056611	0.8374	3.65	0.000*	0.0326
ตัวแปร	(b)	(S.D.)	Z-stat	P-value	Marginal

					Effect
ปัจจัยส่วนประสมการการตลาดด้านกิจกรรมทางศาสนา	2.261639	0.5786	3.91	0.000*	0.0241
ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านบุคคล	1.158938	0.446	2.6	0.009*	0.0124
ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านกระบวนการ					
ให้บริการ	0.703441	0.64	1.1	0.272	0.0075

หมายเหตุ: * หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อภิปรายผลการศึกษา

ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวสามารถอธิบายการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ได้แก่ ด้านอาชีพ อาชีพครัวกิจส่วนตัว สามารถอธิบายการตัดสินใจการเดินทางมาท่องเที่ยวได้โดยมีโอกาสตัดสินใจไม่เดินทางกลับมาท่องเที่ยวมากกว่าอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ/ พนักงานเอกชน และลูกจ้าง อายุร้อยละ 14 และ 59.50 ตามลำดับ สอดคล้องกับการศึกษาของ ณัฐกุล บุญประเวศ (2558) และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 บาทหรือต่ำกว่า มีโอกาสตัดสินใจไม่เดินทางกลับมาท่องเที่ยว มากกว่าผู้ที่มีรายได้ 10,001 - 25,000 บาท อายุร้อยละ 13 และ 52.50 ตามลำดับ สอดคล้องกับการศึกษาของนิษากานต์ สำราญวนิช (2561) ด้านพฤติกรรมนั้นสามารถอธิบายได้ว่า พฤติกรรมที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางกลับมาท่องเที่ยวเกาะสีชัง ได้แก่ ผู้ที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อการเดินทางสะดวกสบาย ผู้ที่เดินทางมาท่องเที่ยวโดยมีกิจกรรมเล่นน้ำทะเล และผู้ที่มีค่าใช้จ่ายในการมาท่องเที่ยวอยู่ที่ 1,500 บาทหรือต่ำกว่า อายุร้อยละ 42.50 41.75 และ 34.25 ตามลำดับ ส่วนพฤติกรรมที่มีผลต่อการตัดสินใจไม่เดินทางกลับมาท่องเที่ยวเกาะสีชัง ได้แก่ ผู้ที่เดินทางมานานเดียว ผู้ที่เดินทางมาที่ยวชมโบราณสถาน/โบราณวัตถุ และผู้ที่ทราบข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวจากสื่อออนไลน์ เน็ต อายุร้อยละ 6.50 36.75 และ 54.50 ตามลำดับ ในด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ โดยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในเรื่องของความสวยงามของทรัพยากรธรรมชาติ แต่เนื่องจากปัญหาส่วนใหญ่ที่นักท่องเที่ยวพบเจอ คือเรื่องความสะอาด และขยะที่เห็นได้ตามแหล่งท่องเที่ยวหรือชายทะเล จึงส่งผลให้นักท่องเที่ยวมีโอกาสตัดสินใจไม่เดินทางกลับมาท่องเที่ยวเกาะสีชัง ด้านสถานที่จัดจ้าหน่วยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ให้ความสำคัญเรื่องการเดินทางที่สะดวกสบาย "ไม่ยุ่งยากและซับซ้อน" ใช้ระยะเวลาในการเดินทางไม่นาน จึงเป็นโอกาสให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจกลับมาท่องเที่ยวอีกครั้ง ด้านการส่งเสริมการขาย ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญเรื่องส่วนลดราคาที่พักซึ่งหากจองผ่านเว็บไซต์จะได้รับส่วนลดค่าที่พักมากกว่าการจองโดยตรงกับที่พัก ซึ่งนักท่องเที่ยวพึงพอใจและมีโอกาสตัดสินใจกลับมาท่องเที่ยวอีกครั้ง ด้านกิจกรรมทางศาสนาส่วนใหญ่ให้ความสำคัญเรื่องแหล่งท่องเที่ยวที่มีทรัพยากรทางธรรมชาติที่สวยงาม อุดมสมบูรณ์ ซึ่งนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาส่วนใหญ่ชอบความเป็นธรรมชาติ และความเงียบสงบภายในเกาะ รวมไปถึงการจัดสภาพแวดล้อมของสิ่งปลูกสร้างที่กลมกลืนกับธรรมชาติ จึงเป็นโอกาสให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเดินทางกลับมาท่องเที่ยวอีกครั้ง ด้านบุคคล นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ให้ความสำคัญเรื่องการให้บริการของพนักงาน แม่ค้า หรือเจ้าหน้าที่บุคลากร ที่พนักงานมีความสุภาพและเป็นกันเอง จึงมีโอกาสที่นักท่องเที่ยวตัดสินใจเดินทางกลับมาท่องเที่ยวอีกครั้ง

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี สรุปข้อเสนอแนะได้ดังนี้

- ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี ในด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับเรื่องความสวยงามและความเป็นธรรมชาติสูงสุด แต่ปัญหาส่วนใหญ่ที่นักท่องเที่ยวพบเจอ คือเรื่องความสะอาดและขยะตามแหล่งท่องเที่ยว หรือชายหาด ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจึงควร

เข้ามาดูแลจัดสรรในเรื่องการทึ้งขยะตามจุดท่องเที่ยว โดยอาจเพิ่มจำนวนถังขยะให้มากขึ้นในบริเวณที่สาธารณะเพื่อแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นและเพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวกลับมาท่องเที่ยวอีกครั้ง

2. เรื่องการรับรู้แหล่งข้อมูลของสถานที่ท่องเที่ยว พนับส่วนใหญ่รับรู้ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวทางสื่อเชิงจากสื่ออินเตอร์เน็ต (เว็บไซต์/เฟซบุ๊ก) มากที่สุด แต่กลับมีโอกาสที่จะตัดสินใจไม่กลับมาท่องเที่ยวอีกครั้ง ดันนั้นทางหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการปรับปรุงข้อมูลให้ทันสมัยอยู่ตลอดเวลา และส่งเสริมการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวตามเว็บไซต์สถานที่ท่องเที่ยว หรือโปรโมทผ่านทางบุคคลที่มีชื่อเสียงเพื่อให้เป็นที่รู้จักและเข้าถึงผู้บุกรุกได้หลักหลายกลุ่ม

3. พบร่วมกับนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นชาวไทย ซึ่งหากมีการประชาสัมพันธ์ให้เข้าถึงนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในด้านกิจกรรม หรือประเพณีต่างๆ บนเกาะสีชัง รวมไปถึงการให้ข้อมูลแหล่งเรียนรู้ที่สำคัญทางประวัติศาสตร์แก่นักท่องเที่ยว เช่น การจัดให้มีมัคคุเทศก์แนะนำสถานที่ท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยวนานาชาติ อาจทำให้นักท่องเที่ยวเข้าใจในประวัติศาสตร์ความเป็นมาของสถานที่ท่องเที่ยวนั้นๆ ได้ เพื่อเพิ่มโอกาสในการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้กลับมาท่องเที่ยวอีกครั้งหรือแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวแห่งนี้ให้กับผู้อื่นได้

เอกสารอ้างอิง

- ชนิษฐา ดวงชื่น และคณะ. 2555. แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวภายในบริเวณเพื่อแหล่งท่องเที่ยวทางสีชัง ตำบลท่าเทวงษ์ อำเภอเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี. วารสารวิทยาลัยพาณิชยศาสตร์บูรพาปริภัณฑ์, 7 (1): 80-91.
- คมสัน สุริยะ. 2552. แบบจำลองโลจิต: ทฤษฎีและการประยุกต์ใช้ในการวิจัยทางเศรษฐศาสตร์ (Online). <http://www.tourismlogistics.com>, 2 กันยายน 2561.
- ณิชกานต์ สำราญวนิช. 2561. นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่กลับมาเยือนชุมชนตะเคียนเดียว ในเขตเมืองพัทยา. วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตร์บัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ณัฐกุล บุญประเวช. 2558. พฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวสวนสัตว์เปิดเขาเขียว จังหวัดชลบุรี. การค้นคว้าอิสระเศรษฐศาสตร์บัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- เทพบาล คำนำ. 2561. เกี่ยวกับเทคโนโลยี (Online). <https://www.kohsichang.go.th>, 1 ตุลาคม 2561.
- นันยพร สุคนธสุโชค. 2560. พฤติกรรมและปัจจัยของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวหาดทรายแก้ว อำเภอสัตหีบ จังหวัดชลบุรี. การค้นคว้าอิสระเศรษฐศาสตร์บัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ยศวดี เชาวลิตรรัช. 2553. พฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเขื่อนรัชประภา อำเภอบ้านตาขุน จังหวัดสุราษฎร์ธานี. การค้นคว้าอิสระเศรษฐศาสตร์บัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ศรัณย์ คำจินดา. 2553. พฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะล้าน จังหวัดชลบุรี ของนักท่องเที่ยวชาวไทย. การค้นคว้าอิสระเศรษฐศาสตร์บัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. 2561. สถิติการท่องเที่ยวและกีฬา (Online). <http://statbbs.nso.go.th/statireport/page/sector/th/17.aspx>, 21 กันยายน 2561.



ขอมอบเกียรติบัตรฉบับนี้ เพื่อแสดงว่า
บกความเรื่อง

“ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี”

โดย

รัตนากร โพธิ์ทอง, ศรีอร สมบูรณ์ทรัพย์ และ พัฒน พัฒนบรังสรรค์

เป็นผลงานที่ได้รับการคัดเลือกให้นำเสนอใน
การประชุมวิชาการบัณฑิตศึกษาระดับชาติ ครั้งที่ 14
วันที่ 4-5 กรกฎาคม 2562 ณ มหาวิทยาลัยครรภุณ กรุงเทพมหานคร

รุ่งนรา ล้ำสุข

อาจารย์ ดร.อัษฎะ สวัสดี
ผู้ทรงคุณวุฒิประจำเวทีวิชาการที่ 3



ดร.ศมานันทน์ วัฒนพงศ์พาสุข
ประธานการประชุมวิชาการ

รุ่งนรา ล้ำสุข

สำเนา

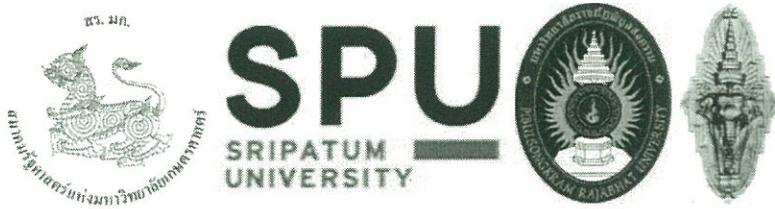
การประชุมวิชาการ บินหัดศึกษาระดับชาติ ครั้งที่ 14



มหาวิทยาลัยศรีปทุม

1/2562

บรรณาธิการ
อธิบดี พล วงศ์เลี้ยง
สุกัญญา บูรณผลษาชัย



รายงานการประชุม^๑
การประชุมวิชาการบัณฑิตศึกษาระดับชาติ ครั้งที่ 14
วันที่ 4-5 กรกฎาคม 2562
ณ มหาวิทยาลัยศรีปทุม กรุงเทพมหานคร

บรรณาธิการ
อรรถพล ควรเลียง และ สุกัญญา บูรณเดชาชัย

จัดโดย
สมาคมรังสรรคศาสตร์แห่งมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีปทุม
หลักสูตรรังสรรคศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม
ส่วนบัณฑิตศึกษา โรงเรียนเสนาธิการทหารบก

รายงานการประชุม การประชุมวิชาการบัณฑิตศึกษาระดับชาติ ครั้งที่ 14

บรรณาธิการ: อรรถพล ควรเลี้ยง และ สุกัญญา บูรณเดชาชัย

ISBN: 978-616-8088-42-5

Copyright © 2562

จัดพิมพ์โดย

สมาคมรัฐศาสตร์แห่งมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

เลขที่ 8/82 บ้านกลางเมือง งามวงศ์วาน ซอยงามวงศ์วาน 47 แยก 6-11 ถนนงามวงศ์วาน
แขวงทุ่งสองห้อง เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร รหัสไปรษณีย์ 10210

Email: polsci.association.kasetsart@gmail.com Website: www.psaku.org

สารบัญ

เรื่อง

หน้า

ความสัมพันธ์แรงจูงใจกับผลสัมฤทธิ์ในการปฏิบัติงานของบุคลากรองค์การบริหารส่วนตำบลดะพง อำเภอเมือง จังหวัดระยอง	1
วัชรพงษ์ วิเชียรล้ำ และ ปิยากร หังมหายาพร	
ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสาร ความคิดเห็นทางการเมือง และการมีส่วนร่วมทางการเมืองในยุค คลช. ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร	9
วีระภัทร ธนาวิชัย และ วรธรรม พงษ์สีชมพ	
การศึกษาเรื่อง ประสิทธิผลสื่อประชาสัมพันธ์ของสถานีวิทยุโทรทัศน์รัฐสภากับการมีส่วนร่วมแสดงความ คิดเห็นของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครต่อรายสถานีวิทยุโทรทัศน์รัฐสภा	16
จันทนา จันทร์วงศ์ และ ศรัณย์ชร ศศิธรนาการแก้ว	
กระบวนการก่อสร้างเรือนปกาเกอะญอแบบดั้งเดิม กรณีศึกษา โครงการบ้านวัฒนธรรม บ้านโป่งลีก-บางกลอย	24
อำเภอแก่งกระজาน จังหวัดเพชรบุรี	
พงศ์ชวิน อุดหนุนสมบัติ	
รูปแบบการใช้พื้นที่ของบ้านปกาเกอะญอ กรณีศึกษา หมู่บ้านโป่งลีก-บางกลอย อำเภอแก่งกระজาน จังหวัดเพชรบุรี	33
ดิษฐา สุเทพประทานวงศ์	
อัตราภาษีที่เหมาะสมของเบียร์ในประเทศไทย	40
ณัฏฐณิชา แซ่ยบ, นารัก บุญญานาม และ นวลพรรณ "ไม้ทองดี"	
ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกต้มเบียร์ชังคลาสสิกของผู้บริโภค: กรณีศึกษาในพื้นที่อำเภอพานทอง จังหวัดชลบุรี	48
ณัชชา จึงประเสริฐ, ศรีอร สมบูรณ์ทรัพย์ และ พัฒน์ พัฒนรังสรรค์	
การวิเคราะห์ความต้องการสวัสดิการที่สัมพันธ์กับพฤติกรรมการวางแผนชีวิตของพนักงานธนาคารกรุงไทย ในเขตภาคตะวันตก	56
วัลลภา บุบพา	
ความพึงพอใจและปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการถ่ายทอดเงินสวัสดิการพนักงานธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)	64
ชวินธร อันทาวิริยาภรณ์ และ วรรณรัตน์ ตั้มมังคล	

การบริหารจัดการสถานการณ์วิกฤติของการศึกษาระดับอุดมศึกษา พ.ศ.2562 ของประเทศไทย	71
บุบผชาติ อุไรรักษ์ และ สถาพร กลางคار	
การศึกษาความเป็นไปได้ในการจัดตั้งธุรกิจศูนย์ดูแลคนสองวัยในประเทศไทย	82
พรทิวา วีบชัยภูมิ และ ศักดิ์สิทธิ์ บุศยพลากร	
รูปแบบภาวะผู้นำประสิทธิภาพ: กรณีศึกษาของบัญชาการตำรวจนครบาล สำนักงานตำรวจนครบาลแห่งชาติ เศรษฐพัล ธนาธรรมกัศพง และ สมหมาย จันทร์เรือง	96
การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนระบบผลิตใบโอมีเนนอัลและสถานีบริการก๊าซใบโอมีเนนอัลใน จังหวัดนครราชสีมา	105
ธิติพร เพชรอุดม และ พุฒิพัฒน์ ทวีชิรพัฒน์	
การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการลงทุนบ้านมือสอง ในอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี	113
พิเชฐ ยิ่งสวัสดิ์ และ พุฒิพัฒน์ ทวีชิรพัฒน์	
การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนระบบแบตเตอรี่กักเก็บพลังงานไฟฟ้าสำหรับโรงงานอุตสาหกรรม ในประเทศไทย	121
พิพรรหม ศิริชนศักดิ์ และ อนันตันท์ ทวีชิรพัฒน์	
การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนที่พัพโอมสเตย์บิริเวนตลาดเก่าท่าม่วง จังหวัดกาญจนบุรี	129
นา奴า แอตala และ พุฒิพัฒน์ ทวีชิรพัฒน์	
การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนระบบควบคุมและจัดการข้อมูล (SCADA) กรณีศึกษาบริษัท NMB-Minebea Thai Ltd.	137
สุรภาพ บุญสวัสดิ์ และ พุฒิพัฒน์ ทวีชิรพัฒน์	
ผลกระทบนโยบายเศรษฐกิจต่อดัชนีราคาหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ ชลุทัย พวงน้อย และ สุมารี พุฒิภูมิโภุ	145
ปัจจัยที่มีผลต่ออัตราผลตอบแทนของกองทุนรวมอสังหาริมทรัพย์และทรัพย์เพื่อการลงทุนในอสังหาริมทรัพย์	151
กรณีศึกษา : ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย	
อภิชญา ไชยสว่าง และ อรรถสุดา เลิศกุลวัฒน์	
ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อมูลค่าสินทรัพย์สุทธิของกองทุนรวมเลียนแบบดัชนีหุ้นนิกเคอิ 225	159
นุสรณ นาภา และ ศิริชัญญ เจริญวิยะกุล	
อุปสงค์การส่องออกรถกระบวนการไทยไปยังประเทศไทยค้าสำคัญ	165
ชุติมา ยืนยง, ศรีอร สมบูรณ์ทรัพย์ และ พัฒน์ พัฒนรัตน์	

เรื่อง	หน้า
ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการชำระหนี้ตามสัญญาปรับปรุงโครงสร้างหนี้ของลูกหนี้รายย่อย : การศึกษา บริษัทบริหารสินทรัพย์ กรุงเทพพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สุวรรณสา ศรีชัย และ สันちは เมฆวนิช	173
พฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์ Freitag ของประชากรในกรุงเทพมหานคร วรากร อริยะจักร และ ชัยนาร์ พิภพลาภอนันต์	181
การบูรณาการข้อมูลเพื่อการจัดการการปฏิบัติการผ่านการจัดการองค์ความรู้ที่ส่งผลต่อสมรรถนะด้าน ¹ การปฏิบัติการ การศึกษาธุรกิจวิชาการกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทย ณัฐปัลล์ โชคธีระวงศ์	188
ปัจจัยทางเศรษฐกิจที่มีผลกระทบต่อมูลค่าทรัพย์สินสุทธิต่อหน่วยของกองทุนรวมหุ้นระยะยาวโดยใช้แบบ จำลอง APT ชนัดดา กันต์ธารธีร์โชค และ นงค์นิตย์ จันทร์จรัส	197
ความผูกพันต่อองค์กรและพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรของข้าราชการในสำนักงานคณะกรรมการ ส่งเสริมการศึกษาเอกชน กรอกนก แสงรงกาย และ สุรชัย ศิริไกร	205
ความสัมพันธ์ของสภาพแวดล้อมการทำงานกับความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรกรมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์ ณัฐพันธุ์ ขันมาสมย์ และ สมชาย ภาคภานันวิวัฒน์	213
ความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรในองค์กรบริหารส่วนจังหวัดสุพรรณบุรี สาวรีย์ วงศ์วัฒน์ และ สุรชัย ศิริไกล	220
ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กรของข้าราชการการตรวจสอบบัญชาการศึกษา สำนักงานตำรวจนครบาล สุนัขรา โครเก็ต และ ไซยา ยิมวีไล	228
ปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของเจ้าหน้าที่ สำนักงานพาณิชย์ จังหวัดสมุทรปราการ หญ้ายรัตน์ วงศ์ประจันทร์ และ สมชาย ภาคภานันวิวัฒน์	236
ประสิทธิภาพในการทำงานของข้าราชการสำนักงานคณะกรรมการป้องกันและปราบปรามการทุจริตในภาครัฐ ชุมนุม ลักษณะสกุล และ ไซยา ยิมวีไล	244

เรื่อง	หน้า
บัญญัติที่มีความสัมพันธ์ต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากร กองกำกับและตรวจสอบ สำนักงาน ป้องกันและปราบปรามการฟอกเงิน	252
อัคคนา ศรีสว่างสุข และ ปิยะกร หวังมหาพร	
บัญญัติที่มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จในการนำเสนอนโยบายการป้องกันและปราบปรามยาเสพติดไปปฏิบัติของ กองบังคับการตำรวจนครบาล 3	260
สมทรง นพคุณ และ สมชาย ภาคภานุวัฒน์	
บัญญัติที่ส่งผลต่อการนำเสนอนโยบายควบคุมสุนัขจรจัดไปปฏิบัติในพื้นที่ กรุงเทพมหานคร ศศิธร เกิดวาระ และ ไชยา ยิ่มวิไล	268
การมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำแผนพัฒนาท้องถิ่นของเทศบาลตำบลเนินสูง อําเภอท่าใหม่ จังหวัดจันทบุรี	276
อัมพรพันธ์ บุญแก้ว และ ปิยะกร หวังมหาพร	
การปฏิบัติงานตามหลักธรรมาภิบาลที่ส่งผลต่อประสิทธิผลการป้องกันและปราบปรามการทุจริตของกรม สอบสวนคดีพิเศษ	284
สุนันทา กีรติศักดิ์ และ สุรชัย ศิริไกร	
ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจกับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากรกรมสอบสวนคดีพิเศษ กฤษดา เสมคำ และ ไชยา ยิ่มวิไล	294
แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ สำนักงานเขตพญาไท เกศสุดา ไชยภูมิ และ สุรชัย ศิริไกร	302
แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรในกรมช่างอากาศ (บางชื่อ) ภูวดล พิเชฐสัม และ ปิยะกร หวังมหาพร	309
ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจกับประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของบุคลากรองค์การบริหารส่วน จังหวัดสุพรรณบุรี	317
เทียนทอง ลี้วิชัย และ สุรชัย ศิริไกร	
แรงจูงใจกับประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของบุคลากร เทศบาลเมืองடาคลี จังหวัดนครสวรรค์ นิพนธ์ พรผลไชย และ สุรชัย ศิริไกร	325
บัญญัติแรงจูงใจกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากรกองสิทธิบัตรและกองสิทธิบัตรออกแบบ กรมทรัพย์สินทางปัญญา	333
พิทยา คำหาล้า และ สมชาย ภาคภานุวัฒน์	

ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจกับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากรสำนักงานเลขานุการกรม กรรมการแพทย์	341
เพ็ญวิสาข์ พรมแสง และ ไชยา ยิ่มวีไล	
แรงจูงใจในการสมัครเข้ารับราชการเป็นพนักงานประจำการในสังกัดกองร้อยมณฑลทหารบกที่ 12 ศุภกิจ ประยูรพาณุ และ สุรชัย ศิริไกร	349
เอมเมอร์นาร์น บุญวนานาชัย และ สมชาย ภาคภานุวัฒน์	
แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรองค์การบริหารส่วนตำบลบางป่า อำเภอเมืองราชบุรี จังหวัดราชบุรี เออม์มารินทร์ บุญวนานาชัย และ สมชาย ภาคภานุวัฒน์	357
ปรีyanุช สิงห์คำ และ ไชยา ยิ่มวีไล	
การประยุกต์ใช้ส่วนประสบทางการตลาดในการบริการด้านการทำบัตรประชาชนของสำนักงานเขตพญาไท พิมพ์ณเดา ไมตรีเวช และ สุรชัย ศิริไกร	366
พิเชฐ ขออาพัด	
ความพึงพอใจของประชาชนผู้รับบริการสำนักทะเบียนอำเภอป้านนา จังหวัดนครนายก เมราพันธ์ นิลแก้ว และ ไชยา ยิ่มวีไล	381
ศิวกร รัตนสุภา และ สมชาย ภาคภานุวัฒน์	
ความพึงพอใจของตัวแทนออกของต่อการบริการของสำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอ ป้านนา จังหวัดนครนายก อาทิตยา วงศ์บัญญา และ สุรชัย ศิริไกร	388
ความพึงพอใจของตัวแทนออกของต่อการบริการของสำนักบริการคุลการสำโรงใต้ ศิวกร รัตนสุภา และ สมชาย ภาคภานุวัฒน์	
ความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการของ ฝ่ายทะเบียน สำนักงานที่ดินกรุงเทพมหานคร สาขาจตุจักร อาทิตยา วงศ์บัญญา และ สุรชัย ศิริไกร	402
คุณนิจ นันทนันจินดา และ สุรชัย ศิริไกร	
ความคิดเห็นของบุคลากรสำนักงานสถิติแห่งชาติต่อการปฏิบัติราชการตามหลักธรรมาภิบาล อุตสาหกรรมป้าไน	409
ชัญญ์ญาณ์ สวัสดิลวัฒน์ และ ไชยา ยิ่มวีไล	
ความคิดเห็นของบุคลากรต่อการบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาลของหน่วยงานส่วนกลาง องค์กร อุตสาหกรรมป้าไน	416

ความคิดเห็นของบุคลากรสำนักงานเขตสายไหมต่อการปฏิบัติราชการตามหลักธรรมาภิบาล ปียกัทร เวชการ และ สุรชัย ศิริไกร	424
ความคิดเห็นของบุคลากร สำนักงานเขตพญาไทต่อการปฏิบัติราชการตามหลักธรรมาภิบาล รักขิต ชารักษ์ภักดี และ ไซยา ยิ่มวีไล	432
ความคิดเห็นของนักดื่มต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อความไม่สงบในการนำนโยบายมาไม่ขับไปปฏิบัติบน ถนนเอกสารนี้ วุฒิเมฆ สรวรถลสิงห์ และ ไซยา ยิ่มวีไล	439
ความสัมพันธ์ระหว่างการได้รับสวัสดิการของผู้ต้องขังของผู้ต้องขังกับคุณภาพชีวิตของผู้ต้องขัง การนีคีกษา ⁴⁴⁵ แทนเดรียมความพร้อมก่อนปล่อย เรือนจำพิเศษกรุงเทพมหานคร โชคประพวน ห้าวหาด และ สมชาย ภาคภานันทน์วิวัฒน์	
คุณภาพชีวิตของผู้ต้องขังสูงอายุ การนีคีกษา เรือนจำกลางบางขวาง ⁴⁵³ ศรีมาช ลาสงยาง และสมชาย ภาคภานันทน์วิวัฒน์	
ข้อัญ Allegiance ในการปฏิบัติงานของข้าราชการ สำนักงานเขตบางเขน ⁴⁶¹ พรหมินทร์ วัดจันดา และ สมชาย ภาคภานันทน์วิวัฒน์	
พฤติกรรมการใช้จ่ายและเบ้าหมายกิจกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ⁴⁶⁷ ฉัตรสุดา วิจารณ์อักษรสิทธิ์ และ อัครนันท์ คิดสม	
ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวแกะสีซัง จังหวัดชลบุรี ⁴⁷⁴ รตินารถ โพธิ์ทอง, ศรีอร สมบูรณ์กรรพ์ และ พัฒน์ พัฒนรังสรรค์	
ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวสวนจตุจักร ⁴⁸² กัลยา เมืองจันทร์ และ สมາลี พุ่มภิญโญ	
การรับรู้ภาพลักษณ์และคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยกับ ธนาคารอาคารสงเคราะห์ ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ⁴⁸⁹ ปานิศา ณรงค์ราช และ ทรงพร หาญสันติ	
ปัจจัยที่ส่งผลต่อหนี้นอกระบบทองสามัคคิกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมืองในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ⁴⁹⁷ จิตติมา พิทักษ์ และ กนกวรรณ จันทร์เจริญชัย	

บัญชีที่มีผลต่อการคำนวณกำไรของลูกหนี้ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย ธนภัทร ศุภารัง, ศรีอร สมบูรณ์ทรัพย์ และ พัฒน์ พัฒนรังสรรค์	505
บัญชีที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการสินเชื่อสหกรณ์ออมทรัพย์ของข้าราชการทหารอากาศในเขตกรุงเทพมหานคร อพิตา สุวรรณชาติ และ กนกวรรณ จันทร์เจริญชัย	514
บัญชีที่มีผลกระทบต่อกำไรในการซื้อรถจักรยานยนต์ขนาดใหญ่ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล กรรจกนก รุจน์ช่างค์ และ มนัส ลักษมีอรุโณทัย	523
ความเด็มใจจ่ายส่วนเพิ่มสำหรับน้ำร้อนกว่าเหลืองพร้อมดิ่มที่เชื้อหญ้าหวานทดแทนน้ำตาลของผู้บริโภค ^{ในกรุงเทพมหานคร} ปิยารณ์ วิชญาศิริ, วรารณ์ ตุ้มมงคล และ โสมสกาว เพชรานันท์	531
บัญชีที่มีผลต่อกำไรเด็มใจจ่ายสำหรับยานยนต์ไฟฟ้าของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร วรวิทย์ ทรัพย์มา และ สมหมาย อุดมวิทิต	538
บัญชีเหตุและผลพื้นของการยืดมันต่อเป้าหมายของพนักงานการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค (ภาคกลาง) ปิยะ เสี่ยมทอง และ ชวนชื่น อัคคະณิชชา	546
สาเหตุและผลกระทบของการแสดงความรู้สึกขณะทำงานของพนักงานขายอาหารสัตว์ อรุ๊ วีศิริ และ พนัชกร สิมะขจรบุญ	556
บัญชีที่มีอิทธิพลต่อโอกาสในการซื้อยานยนต์ไฟฟ้าแบบแบตเตอรี่ในเขตกรุงเทพมหานคร ฉัตรดี อินนala และ กนกวรรณ จันทร์เจริญชัย	565
บัญชีที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอมไฟ หลอดไฟ แอลอีดี ของผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ^{ในประเทศไทย} เชี่ยวชาญ คงพัฒนาล และ มนัส ลักษมีอรุโณทัย	573
พฤติกรรมและบัญชีที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจของผู้ใช้รถยนต์ ^{ผกามาศ ทองแกมนาก และ กนกวรรณ จันทร์เจริญชัย}	581
บัญชีที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์น้ำส้มสายชูหมักจากสับปะรดผสมน้ำผึ้ง ^{พีรணัฐ เนตรหิน, ชัยน์ พิภพลาภอนันต์ และ กนกวรรณ จันทร์เจริญชัย}	589

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ไฮเคลื่อนของประชาชนในกรุงเทพมหานคร ภาคภูมิ คงคาทิพย์, ชัยน์ พิภพลาภอนันต์ และ วัลย์ภรณ์ อัตตะนันทน์	597
ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) สำหรับกลุ่มลูกค้าโครงการบิชัททอลังหาริมทรัพย์ชั้นนำในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ศศวรรรณ รัตนธรรมปักก์ และ ธนสิน ถนนพงษ์พันธ์	604
ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการตัวแทนขนส่งสินค้าทางอากาศ : กรณีศึกษา บริษัท ทรานส์ แอร์ คาร์โก้ จำกัด	612
ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารบันโตร์พทมีดีอี ในเขตพื้นที่จังหวัดปทุมธานี พloy ไพลิน แก้วศรี และ ธนา สมพรเสริม	622
ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้พร้อมเพย์คิวอาร์โค้ดของลูกค้าศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซา จังหวัดนครราชสีมา	630
พฤติกรรมผู้บริโภคและการรู้เท่าทันสื่อเครือข่ายสังคมออนไลน์ต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าของกลุ่ม Generation C ภัทรพล ทองคุ้ม และ นนท์ วรพาณิช	638